

Морозова А.А.

## **СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВУЗА: ОПЫТ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОГО ПРОЕКТА**

Morozova A.A.

## **SOCIAL SITES IN EDUCATIONAL ACTIVITY OF UNIVERSITY: EXPERIENCE OF REALIZATION OF THE EDUCATIONAL PROJECT**

*roxfan@rambler.ru*

*ФГБОУ ВПО «Челябинский государственный университет»*

*г. Челябинск*



**НОТВ-2014**

*В данной статье рассматриваются особенности функционирования медиаобразовательного проекта в социальных сетях. На примере опыта реализации учебного блога направления журналистика «ЧелГУ» автор анализирует средства, формы и методы подачи информации в учебных интернет-изданиях, а также выявляет положительные стороны данного образовательного феномена.*

**Ключевые слова:** *медиаобразовательный проект, Интернет, социальные сети, информация, формы подачи.*

*This article discusses the features of functioning of the media education project in social sites. Drawing on experiences from the implementation of an educational blog of specialization 'journalism' in Chelyabinsk State University, the author analyzes the means, forms and methods of presentation of information in the educational Internet-publications, as well as identifies the positive aspects of this educational phenomenon.*

**Keywords:** *media educational project, Internet, social sites, information, presentation.*

На сегодняшний день интернет-среда является одним из главных компонентов образовательной деятельности. На наш взгляд, данный тезис не нуждается в доказательствах, а опирается на значительную эмпирическую базу, иными словами, на множество учебных проектов, существующих в Интернете. Всё большее место занимают и социальные сети в рамках процесса обучения.

Как отмечают исследователи, характеризуя новые медиа, «...эти инструменты предоставляют гораздо большие возможности влияния на жизнь общества, нежели традиционные СМИ, так как обладают целым рядом отличительных особенностей, дающих им такое преимущество [1]. Поэтому социальные сети в течение последних нескольких лет стали активно использоваться педагогами и образовательными учреждениями во всех аспектах образовательного процесса: предоставлении теоретической информации, проверки знаний, проектных технологиях и так далее.

Из общей совокупности всех подобных ресурсов нас в данной статье будут интересовать медиаобразовательные интернет-проекты в узком смысле

слова, то есть функционирующие в сети учебные средства массовой информации и реализуемые в качестве практической основы в рамках преподаваемых в вузе журналистских дисциплин.

Если на протяжении долгого времени в учебных планах рядовых вузов фигурировали такие учебные предметы как «Выпуск учебного радио», «Выпуск учебного телевидения», «Выпуск учебной газеты», то в течение последних двух-трех лет процесс конвергенции в средствах массовой информации вполне логично затронул и непосредственно сам образовательный процесс. Сегодня в учебных планах многих вузов появился новый предмет «Выпуск учебного сайта» (возможна вариация названия при сохранении направления обучения). Как любая инновация, данный процесс имеет широкие возможности для любого существующего потенциала, но, как правило, не обладает финансовой поддержкой со стороны вуза.

С проблемой подобного характера столкнулась кафедра журналистики и медиаобразования Челябинского государственного университета. В сентябре 2012 года был введен новый предмет «Выпуск учебного сайта» (2 курс, направление «журналистика»), встал вопрос о поиске или разработке ресурса, который бы применялся в качестве площадки для учебного интернет-СМИ. Поскольку финансовой возможности создания сайта не оказалось, было принято решение использовать уже существующий ресурс – медиахолдинг «Первый студенческий» (1mediahold.ru), созданный одним из студентов 3 курса направления «журналистика» в 2012 году. Опыт работы с данным ресурсом оказался не эффективным с методической точки зрения, поскольку сайт позиционировал себя как молодежный информационный портал, и предъявляемые для журналистских материалов требования не позволяли создавать учебные статьи в необходимых для обучения жанрах и свободных по тематике. То есть по-прежнему потребность в полноценной реализации медиаобразовательного процесса находилась под вопросом.

В ноябре 2013 года было принято решение о создании специальной учебной площадки для отработки практических умений и навыков в рамках

«Выпуска учебного сайта». По нашему мнению, наиболее подходящим вариантом для этого явился блог.

Учебное СМИ направления «журналистика» Челябинского государственного университета создано на сервисе сетевого дневника (блога) livejournal. На данный момент в блоге опубликовано за два месяца 85 журналистских материалов. Сейчас к работе над проектом привлечены студенты 2 и 3 курсов направления «журналистика». Также одновременно с блогом была создана публичная страница «Вконтакте», которая как дублирует учебные материалы из блога, так и публикует уникальные фото, видео и аудиоматериалы.

Рассмотрим подробнее особенности функционирования блога.

Важную роль в образовательном процессе, особенно в приобретении творческой профессии, играет возможность полноценного всестороннего обучения студентов и предоставление такой площадки, которая бы помогла реализовать им собственный потенциал. Для будущего журналиста в качестве реализации творческой концепции выступает помимо всего прочего возможность выбора студентами тематики и жанров для своих учебных публикаций.

Тематика статей с появлением собственного учебного ресурса значительно расширилась, что благоприятно сказалось на инициативе и творческом начале студентов. Преподаватель практически не ставит ограничений по выбору той или иной темы для материала. Студент в праве сам выбрать то, что его интересует, но при этом с ориентацией на молодежную аудиторию сайта.

Что касается жанров, то, с одной стороны, они определяются изучаемой темой в рамках дисциплины и необходимым умением студента реализовывать свой профессиональный потенциал во всех жанровых группах, с другой стороны, студенты обычно не ограничены в выборе жанра.

[livejournal](#) [welcome](#) [Давайте поможем!](#) [Культура](#)  
[ОЧЕРКнём](#) [Побеседуем](#)  
[Поразмышляем](#) [Социум](#)  
**[Узнаем](#)** [о человеке](#)  
[пошутим :-\)](#) [спорт](#)  
[Все метки](#)

Рис. 1

Жанровое разнообразие материалов в блоге даже с визуальной точки зрения определяется достаточно легко. В «Живом журнале» имеется функция создания меток к каждой публикации. Формулирует метки сам блогер (или любой пользователь, имеющий доступ к данному аккаунту), к каждой статье возможно поставить одну или несколько меток. Величина шрифта каждой метки показывает ее популярность среди публикаций – чем больше шрифт, тем чаще всего используется данная метка.

На рисунке № 1 мы видим, что самой популярной является группа материалов, относящихся к метке «Узнаем». Она представляет собой информационные жанры журналистики – событийные или тематические статьи, призванные донести до аудитории какую-либо новую информацию, факты, не останавливаясь на причинно-следственных связях.

На втором месте по количеству материалов идут документально-художественные жанры, а именно жанр очерка под меткой «Очеркнём». Такая популярность обусловлена заданием преподавателя, в рамках которого каждый учащийся должен был предоставить очерк об одном из своих одноклассников для дисциплины «Выпуск учебного сайта».

Также значительную часть контента данного учебного СМИ составляют материалы, отмеченные как «Поразмышляем» и «Побеседуем». Первая метка предназначена для статей, которые написаны в информационно-аналитических или аналитических жанрах, вторая метка включает в себя интервью вне зависимости от жанровой принадлежности (аналитическое или информационное).

Остальные метки представлены незначительным количеством статей (2-3 материала) и касаются в большей степени тематики, а не жанровой специфики: «Пошутим» (темы, касающиеся развлечения), «Спорт» (темы о спорте), «Культура» (темы о культуре), «Социум» (темы, касающиеся социальных и бытовых вопросов), «Давайте поможем!» (социальные материалы, направленные на решение какой-то конкретной проблемы).

Стоит отметить, что контент блога, как мы видим, не ограничивается, только информационными жанрами. Студенты наряду с преподавателем стараются внести жанровое разнообразие в учебное СМИ.

Теперь подробно рассмотрим их тематическую направленность. Нами были проанализированы все 85 опубликованных на данный момент материалов. Всего было выделено 13 тематических групп, в которые мы смогли объединить большинство статей. Представим результаты контент-анализа аккаунта «Порадуй слона!» в виде таблицы.

№ п/п	Тема	%
1.	Учеба, университет	9 %
2.	Хобби, увлечения	13 %
3.	Социальные темы	9 %
4.	Про человека (портретный очерк)	14 %
5.	Спорт	5 %
6.	Экскурсии, выставки	7 %
7.	Музыка	4 %
8.	Новый год, Рождество	15 %
9.	Отношения	1,5 %
10.	Кино/театр	6,5 %
11.	Книги, литература	4 %
12.	Фотография	1,5 %

13.	Техника	1,5 %
14.	Другие темы	9 %

Самыми популярными темами оказались «Новый год» и «Про человека». Здесь стоит сделать оговорку, поскольку данная тематика превалирует, скорее, не из-за выбора студента, а исходя из ряда иных причин. Портретные очерки, как мы отмечали выше, были связаны исключительно с заданием преподавателя. А тематика Нового года, с одной стороны, была полностью выбрана самим студентами, с другой стороны, учебная практика «Учебно-профессиональный тренинг» для студентов 3 курса проходила согласно учебному графику с 23 декабря по 5 января, что не могло не сказаться на тематической направленности материалов.

Поэтому мы можем сказать, что наиболее всего автором статей оказалась интересна тематика, связанная с хобби и различными увлечениями. Также к числу распространенных тем относятся учеба и университет, проблематика бытового и социального характера, выставки и экскурсии, кино и театр.

Сравним результаты контент-анализа публикаций учебного СМИ с результатами опроса, проведенного среди читателей данного ресурса (рис. 2). Опрос был размещен в свободном доступе в группе «Вконтакте» 16 декабря 2013 года.

Аудитории наиболее всего интересна тематика, связанная с «репортажами из необычных мест», в то время как в блоге материалы подобного характера составляют всего 7 % из общего числа статей. Востребованные респондентами темы культуры и досуга представлены уже в настоящее время на сайте в достаточном объеме.

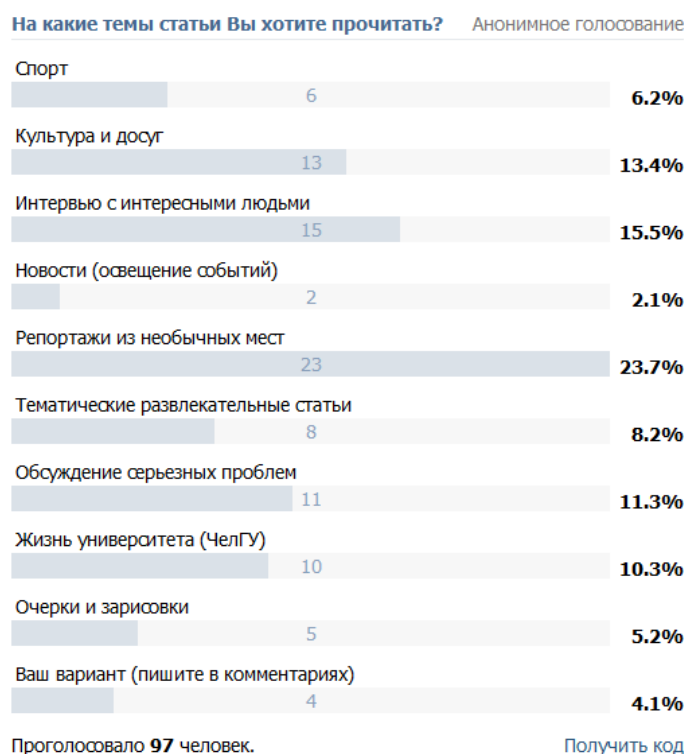


Рис. 2

Спрос и предложение тематики спорта и жизни университета практически сопоставимы между собой в равных долях.

Также показательно мнение аудитории о том, что интерес к новостям в рамках учебного СМИ практически отсутствует (2,1 %). По нашему мнению, это связано с тем, что оперативную новостную информацию читатели получают преимущественно из профессиональных масс-медиа. К тому же, медиаобразовательный проект в силу различных особенностей не обладает необходимой оперативностью в подаче тех или иных сведений.

Еще одним положительным фактором реализации учебного проекта в социальных сетях является активизация аудитории по отношению к публикуемым материалам. Студенты стали в большей степени проявлять не просто интерес к размещенным материалам, но и давать оценки и комментарии, благодаря чему появился момент некой саморефлексии, а также возможность обращать внимание на слабые и сильные стороны публикаций своих одноклассников и студентов других курсов.

Например, к статье «Риэлторы: реальная помощь или деньги из воздуха?» имеется комментарий читателей: «А какое решение



предлагается?», что позволит автору публикации задуматься над практической пользой своего материала. Комментарии к видеосюжету «Как челябинцы готовятся к Новому году?» также отмечают некоторые недочеты материала. Радиопрограмме «Музыкальные новости» слушатели дают оценку, связанную с фактической базой материала: «Бибер опроверг заявление о том, что уходит со сцены. Его фраза была взята из контекста».

Данные отклики позволяют внести некую объективность в оценки материалов, не основанные исключительно на мнении преподавателя.

Интерактив с аудиторией связан также с размещаемыми в группе «Вконтакте» опросами. Например, «А Вы окунались в прорубь?», «А какую ёлку ставите Вы?», «Вы готовы к наступающему празднику?», «А Вы сегодня были на эстафете Олимпийского огня?», «А как считаете Вы, грозит ли России "китайский фаервол"?» и т.д. Это привлекает внимание не только к самим опросам и группе, но и к опубликованным материалам.

Важную роль играет возможность видеть новые статьи, видеосюжеты и радиопрограммы в общем потоке новостей, которые просматривают практически все подписчики группы «Вконтакте». Если на отдельный сайт нужно заходить специально, то наличие паблика способствует оперативному распространению информации при помощи репостов учебных статей из блога.

Итак, подводя итог, мы обозначим положительные векторы реализации учебного проекта вуза в пространстве социальных сетей:

1. Отсутствие необходимости конструирования сайта.
2. Простота в использовании при публикации материалов. То есть на данном ресурсе появилась возможность как преподавателю, так и студентам самим размещать учебные материалы, не прибегая к помощи третьего лица, владеющего необходимыми техническими умениями и навыками работы с сайтом.
3. Связь с аудиторией (возможность оставлять комментарии без регистрации или добавляться в друзья).

4. Возможность свободного размещения текстов, фотографий аудио и видеоконтента, опросов.
5. Моментальное отображение всех публикаций в «Новостях» для широкой аудитории, возможность «репостов» и «лайков» для оценки популярности каждого материала.
6. Единство места и времени в информационно-коммуникативном пространстве для преподавателя, учащихся и аудитории учебного СМИ, поскольку все данные категории являются подписчиками паблика.

Мы видим, что социальные сети в качестве учебного средства массовой информации имеют практически все функции отдельного сайта, но при этом обладают рядом преимуществ.

Как отмечают другие исследователи сферы образования, «социальные сети достаточно сильно расширяют возможности, способствуют установлению инновационных, визуальных видов коммуникации, предоставляют возможность постоянного доступа к информации любого рода» [2].

Поэтому метод использования социальных сетей в образовательных целях мы считаем не только уместным, но и актуальным, а создание нашей собственной учебной площадки в виде блога и паблика – успешным и перспективным.

### **Библиографический список**

1. Морозова, Е.И. Путь Web2.0: от унификации с дифференциации и обратно. // Информационные технологии в жизни современного человека: материалы международной научно-практической конференции (17 апреля 2013 г.) Отв. ред. Зарайский А.А. – Саратов: Издательство ЦПМ «Академия Бизнеса», 2013, С. 91-94.

2. Селиванова, Е.В. Образовательный потенциал социальных сетей как способа визуальной коммуникации/ Медиакультура и медиаобразование.

Современные информационные технологии: между новой технологической революцией и вечной утопией технологического детерминизма: материалы Международной научно-практической конференции Дни философии в Санкт-Петербурге 2013, 22-23 ноября 2013 г. – СПб.: ООО «Книжный дом», 2013. С. 412–417.